

**การตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค
ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี**

**PURCHASE DECISION TOWARD NON-TOXIC VEGETABLES OF CUSTOMER
IN TALAY CHUB-SORN SUBDISTRICT, MEUNG DISTRICT LOPBURI**

นิภาภรณ์ เรณูหอม¹

สาขาการจัดการ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

NIPAPORN RENUHOM

E-Mail: lopburi.ops.moc@gmail.com

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED

IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS

FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีเป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทาน ผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำนวน 1,010 คน 6 หมู่บ้าน ประกอบด้วย บ้านโคกขาย ม.1 บ้านท่ากระยาง ม.2 บ้านสะพานอิฐ ม.3 บ้านสะพานอิฐ ม.4 บ้านที่นั้งเย็น ม.5 บ้านที่นั้งเย็น ม.6 มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 287 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) รวมเท่ากับ 0.801 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ การทดสอบแบบ t –test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Modern Leaders Program) รุ่นที่ 10 สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพค้าขาย /ธุรกิจส่วนตัว รายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพสมรส อยู่ด้วยกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีการตัดสินใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจของผู้บริโภค ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษด้านแหล่งที่ซื้อแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษด้านแหล่งที่ซื้อ และด้านความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านแหล่งซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และปัจจัยด้านแรงจูงใจ ด้านความสะอาด ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านแหล่งซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และแรงจูงใจในการซื้อ ด้านความสะอาด ด้านความปลอดภัย ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านความถี่ แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : ผักปลอดสารพิษ, การตัดสินใจ, แรงจูงใจ

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study personal factors, including gender, age, education level, occupation, average monthly income, and marital status affecting purchase decision towards non-toxic vegetables of consumers in Thale Chup Son Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province, 2) to study consumer motivation factors including cleanliness and safety affecting purchase decision towards non-toxic vegetables of consumers in Thale Chup Son Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province, and 3) to study marketing mix factors, including product, price, place, and promotion affecting purchase decision towards non-toxic vegetables of consumers in Thale Chup Son Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province. This study used a non-experimental design. The sample was 1,010 consumers with prior experience to purchase and consume non-toxic vegetables from six villages in Thale Chup Son Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province, namely Ban Khok Khayai, Ban Tha Krayang, Ban Saphan It, Ban Tee Nung Yen, and Ban Tee Nung Yen². The sample was 287 individuals. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The content validity and reliability of the instrument were determined using Cronbach's Alpha, which was 0.801. Data collected were then analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested using t-test, and One-Way ANOVA. If the differences were found, a pairwise comparison was conducted using LSD and Multiple Regression Analysis.

The results of this study indicated that most of the respondents were female, 31-40 years old, graduated with a bachelor's degree, worked as merchant, business owner, earned total monthly income between 10,001-20,000 baht, had living together as marital status. Overall opinion towards purchasing decision factors was at a moderate level. When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was consumer motivation. Overall purchase decision was at a high level. When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was consumer motivation. The hypothesis testing results revealed that the respondents with different occupation had different purchase decision towards non-toxic vegetables in terms of purchase source. The respondents with different income had different purchase decision towards non-toxic vegetables in terms of purchase source and purchase frequency. In addition, the marketing mix factors, including promotion influenced differently purchase decision towards non-toxic vegetables in terms of purchase source with a statistical significance level of 0.01. Motivation and cleanliness influenced differently purchase decision towards non-toxic vegetables in terms of purchase source with a statistical significance level of 0.01. Purchase motivation in terms of cleanliness and safety influenced differently purchase decision towards non-toxic vegetables in terms of purchase frequency with a statistical significance level of 0.01.

Keywords: Non-toxic vegetables, Decision, Motivation

บทนำ

สถานการณ์ของผักปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ จากข้อมูลจะพบว่า ด้านการผลิต เกษตรกรมีความพร้อมเชิงพื้นที่และมีความสนใจที่จะปลูกผักปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกระแสการรักสุขภาพของผู้บริโภค และนโยบายของรัฐบาลที่มีการส่งเสริม และสนับสนุนให้เกษตรกรปลูกสินค้าเกษตรปลอดสารพิษมากขึ้น เพื่อยกระดับสินค้าเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกร แต่ประเด็นปัญหาหลักที่สำคัญ คือ เกษตรกรไม่เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จึงทำให้ไม่มีการวางแผนการเพาะปลูกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลทำให้เกิดแรงงูใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ เกษตรกรไม่สามารถจำหน่ายได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทั้งนี้แนวโน้มด้านการตลาดมีการปรับตัวสูงขึ้นตามกระแสการรักสุขภาพ จากประเด็นปัญหาดังกล่าวจะพบว่าการทำการตลาดจะต้องศึกษาข้อมูล ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง เพื่อให้ทราบปัญหาซึ่งจากปัญหาดังกล่าวมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีความสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, หน้า 41-42) อธิบายว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย และศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538, หน้า 41-42) อธิบายว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ใน

การแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

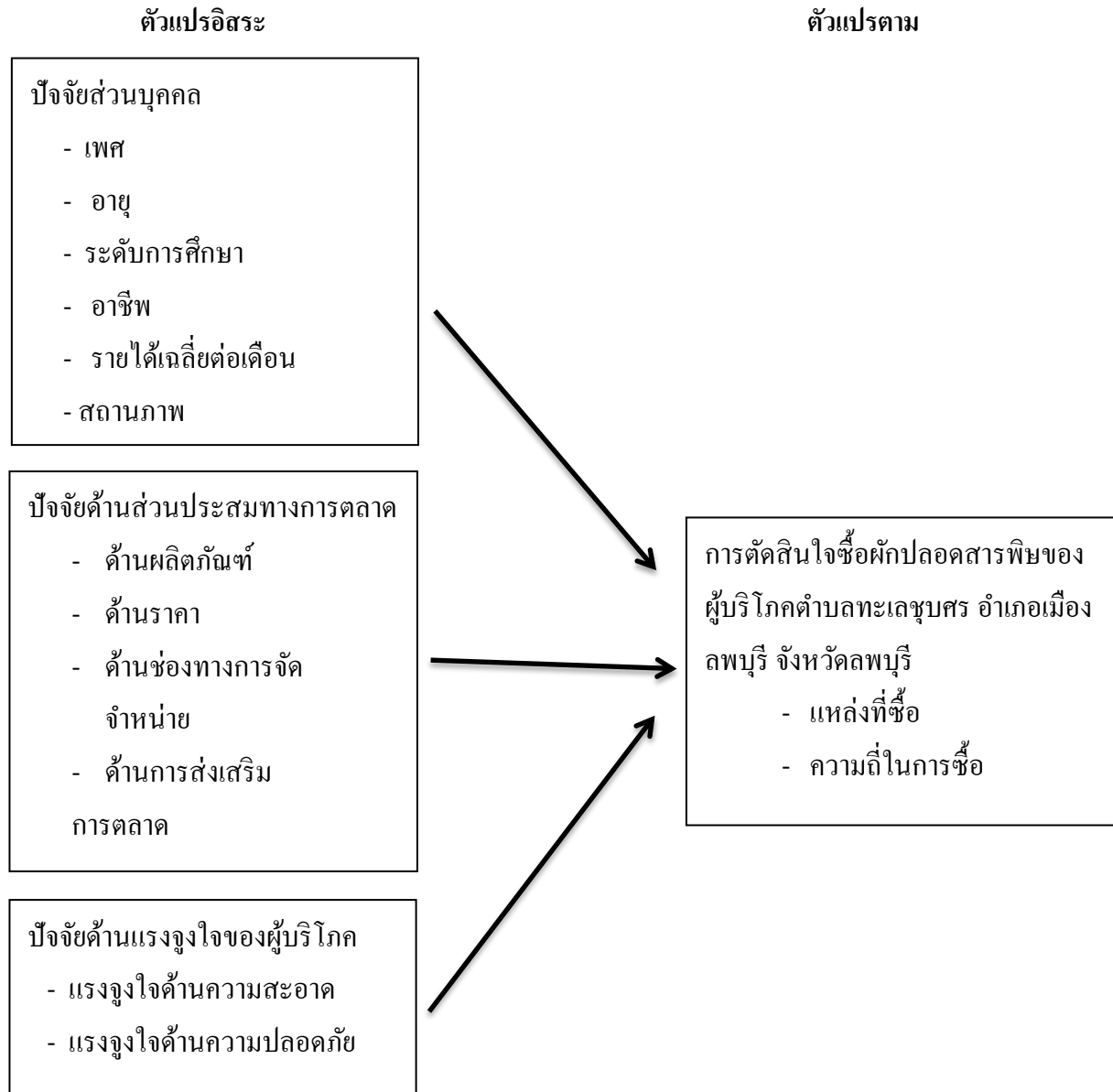
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี
3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี

กรอบแนวความคิด



ประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทาน ฝักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำนวน 1,010 คน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี, 2562)

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทาน ฝักปลอดสารพิษ ตำบลถนนทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน ประกอบด้วย บ้านโลกขยาย บ้านท่ากระชาย บ้านสะพานอิฐ บ้านสะพานอิฐ บ้านที่หนึ่ง บ้านที่หนึ่งเย็น โดยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณด้วย

สูตรของ Yamame (1967) ที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความ คลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากประชากร ทั้งหมด 1,010 คน

4. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือที่แบบในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นใช้ในเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ สำหรับเก็บรวบรวมการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลสิ่งที่ต้องการศึกษา ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิดและ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัย ที่แสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิด การวิจัย และการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามสำหรับเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) โดยการตั้งคำถาม ในแบบสอบถามที่ครอบคลุมถึงนิยามศัพท์เฉพาะ โดยผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อ ตอบปัญหาทางการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เป็นตอบแบบสอบถามเป็นเกี่ยวข้องกับระดับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ มีข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ซึ่งเป็นแบบชนิด (Checklist) เพียง แค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอด สารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอด สารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้าน ความปลอดภัย ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผัก ปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้แก่ แหล่งที่ซื้อผักปลอดสารพิษ ความถี่ ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นการศึกษาวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ ของตัวแปรที่ใช้ใน การวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความ ปลอดภัย และปัจจัยการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ได้แก่ แหล่งที่ซื้อ และความถี่ในการซื้อ โดยรวมของผู้บริโภค ที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี

1.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนนี้ จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่และค่าร้อยละสำหรับการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ดังต่อไปนี้

อายุของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่างช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวนทั้งสิ้น 104 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวนทั้งสิ้น 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวนทั้งสิ้น 43 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวนทั้งสิ้น 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 ช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 176 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวนทั้งสิ้น 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 ระดับปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวนทั้งสิ้น 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ระดับประถมศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.60 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

อาชีพของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวนทั้งสิ้น 97 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างส่วนราชการ จำนวนทั้งสิ้น 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนทั้งสิ้น 70 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 อาชีพว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ จำนวนทั้งสิ้น 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

รายได้ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 133 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 99 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรส ของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 สถานภาพ ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โคนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในข้อความสดใหม่ของผักปลอดสารพิษ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาได้แก่ ระบุตราสินค้าชัดเจน น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ผักปลอดสารพิษมีให้เลือกหลากหลายชนิด อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ผักปลอดสารพิษ วางจำหน่ายในร้านค้าที่มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย อยู่ใน

ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ผักปลอดสารพิษ มีมาตรฐานตรวจสอบรับรองแปลงปลูก ไม่มีสารตกค้าง อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ผักปลอดสารพิษ ได้รับการรับรองจาก หน่วยงานรัฐ มีสรรพคุณทาง บำบัดรักษา อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 การบรรจุทันสมัย และ ระบุวันหมดอายุที่ชัดเจน อยู่ในระดับ มาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัด ลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในข้อความ เหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของผักปลอดสารพิษ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมา ได้แก่ การแสดงราคาจำหน่ายและปริมาณที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมา ได้แก่ การ เปรียบเทียบราคาจำหน่ายผักปลอดสารพิษ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 มีราคาผักปลอดสารพิษให้ เลือกหลากหลายให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ราคาของผักปลอดสารพิษลูกค้า สามารถต่อรองราคาได้ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอ เมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อความสถานที่วางจำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางได้สะดวก อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาได้แก่ วางจำหน่ายในตลาดสดทั่วไป อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีการจำหน่ายแบบ Online อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 จัดจำหน่ายในร้านค้าที่มีชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 21วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ในทำเล ที่สะดวกในการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอ เมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการแนะนำคุณประโยชน์ของผักปลอดสารพิษชนิดต่างๆ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา ได้แก่ มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับ ประเภทของผักปลอดสารพิษ โดยเกษตรกรผู้ปลูก หรือ หน่วยงานรัฐ อยู่ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางOnline และ Offline อยู่ในระดับมาก โดย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ ป้าย ประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก โดย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 การให้ส่วนลด และจัดทำโปรโมชั่นต่างๆ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 การแนะนำ การให้บริการของพนักงานขายอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

1.3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค

แรงจูงใจด้านความสะอาด ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัด ลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ไม่มีสิ่งสกปรก ปนมากับผักปลอดสารพิษที่ซื้อมาบริโภค อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาได้แก่ 31 การใช้บรรจุ ภัณฑ์ที่สะอาดในการบรรจุผักปลอดสารพิษ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ความเชื่อมั่นผักปลอดสารพิษ มีความสะอาดกว่าผักทั่วไปวางจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0 กระบวนการขั้นตอนในการผลิต และบรรจุสะอาดไม่มีสิ่งปนเปื้อนอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

แรงจูงใจด้านปลอดภัย ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านบริโภคผักปลอดสารพิษเพราะมีความเชื่อว่าจะมีประโยชน์ต่อร่างกายและมีความปลอดภัยในการรับประทาน อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ท่านกลัวสารตกค้างจากการบริโภคผักทั่วไปที่อาจจะปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้เลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ผักปลอดสารพิษที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐถือเป็นการประกันความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เลือกซื้อผักปลอดสารพิษที่ได้รับการรับรองในระดับมาตรฐานสากล อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

1.4 ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค

แหล่งที่ซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ร้านค้าเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ซูเปอร์มาร์เก็ต อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตลาดสด อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตลาด Online อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 อื่นๆ (โปรดระบุ) ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

ความถี่ในการซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี มีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า 2 – 3 วันต่อครั้ง อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ทุกวัน อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 2 สัปดาห์ต่อครั้งอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 1 เดือนต่อครั้ง อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ศึกษาการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านแหล่งที่ซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำแนก ตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent t-test) พบว่า เพศที่ต่างกันของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่ต่างกัน

ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของลูกค้า ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี โดยรวมจำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า อายุที่ต่างกันของผู้บริโภคผัก

กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เปรียบเทียบกับ รายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อด้านแหล่งที่ซื้อ แตกต่างกับ ที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษจากด้านแหล่งที่ซื้อ มากกว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป รัฐวิสาหกิจ มีผลต่างมีค่าเฉลี่ยที่ค่า Mean Difference (IJ) เท่ากับ .480

กลุ่มที่ 3 ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เปรียบเทียบกับ รายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้น มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อด้านแหล่งที่ซื้อ แตกต่างกับ ที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษจากด้านแหล่งที่ซื้อ มากกว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป รัฐวิสาหกิจ มีผลต่างมีค่าเฉลี่ยที่ค่า Mean Difference (IJ) เท่ากับ .585

กลุ่มที่ 4 ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เปรียบเทียบกับ รายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อด้านแหล่งที่ซื้อ แตกต่างกับ ที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษจากด้านแหล่งที่ซื้อ มากกว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรีที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป รัฐวิสาหกิจ มีผลต่างมีค่าเฉลี่ยที่ค่า Mean Difference (IJ) เท่ากับ .438

สมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยด้านสถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของลูกค้า ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำแนกตามสถานภาพผู้วิจัยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า สถานภาพที่ต่างกันของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ด้านแหล่งที่ซื้อ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ขอมรับสมมติฐานที่ 2.2.1 และยังพบว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการขายส่งผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ด้านแหล่งที่ซื้อ มากที่สุด เท่ากับ .632

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ด้านความถี่ในการซื้อ

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ด้านแหล่งที่ซื้อ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.300 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3.1.2 หมายความว่า แรงจูงใจด้านความปลอดภัยไม่ส่งผลกับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะดวก แรงจูงใจด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ด้านความถี่ในการซื้อ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจความปลอดภัย มีค่า Sig เท่ากับ 0.018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ขอมรับสมมติฐานที่ 3.2.2 และยังพบว่าตัวแปรด้านความปลอดภัย ส่งผลในทิศทางบวกกับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี ด้านความถี่ในการซื้อ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมืองลพบุรี ด้านความถี่ มากที่สุด เท่ากับ .184

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการท่ววิจัย

ผลการศึกษาคัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภคตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ใน 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านแหล่งที่ซื้อ และด้านความถี่ในการซื้อ มีดังนี้

1.1 **ปัจจัยส่วนบุคคล** ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน ผูวิจัย จึงเสนอแนวคิดจากผลการวิจัย แหล่งซื้อที่มีผลต่อการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษที่ระดับเงินเดือนแตกต่างกัน ดังนั้นควรมีการเพิ่มแหล่งจำหน่ายลิตค้าเกษตรปลอดภัย เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ระดับรายได้แตกต่างกัน อาทิเช่น ผู้ที่มีรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป อาจมีความต้องการเลือกซื้อฝักปลอดสารพิษ แต่แหล่งเข้าไม่ถึงแหล่งจำหน่าย จึงอาจจัดให้มีการจำหน่ายในรูปแบบ Online หรือขยายแหล่งจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ด้านความถี่ในการซื้อ ควรมีการกระตุ้นให้ผูบริ โภคเห็นประโยชน์ของการรับประทานฝักปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น มีความถี่ในการตัดลิตใจซื้อเพิ่มขึ้น รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ประโยชน์ของการรับประทานฝักปลอดสารพิษให้เป็นที่รู้จัก เพื่อให้ผูบริ โภคมีความกระตุน้ต้องการการตัดลิตใจซื้อเพิ่มมากขึ้นในราคาไม่แพง ไม่ส่งผลกับรายได้ และยังช่วยรักษาสุขภาพของผูบริ โภค ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของแนวโนม้กระแสรักสุขภาพที่ปรับเพิ่มขึ้น

1.2 **ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด** ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ด้านแหล่งซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี ดังนั้นผูวิจัยเสนอให้มีการส่งเสริมการตลาดให้ครอบคลุมทุกด้าน เพื่อให้ส่งเสริมกระตุ้นตลาดลิตค้าเกษตรปลอดภัยที่มีแนวโนม้จะเดิมโตขึ้นในอนาคต เนื่องจากกระแสการรักสุขภาพ และมีการเพิ่มแหล่งจำหน่ายให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการสูงสุดของกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ

1.3 **ปัจจัยด้านแรงจูงใจของผูบริ โภค** ได้แก่ แรงจูงใจด้านความสะอาด แรงจูงใจด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี

1) ด้านแหล่งที่ซื้อ แรงจูงใจด้านความสะอาด ด้านความสะอาดส่งผลในทิศทางบวกกับการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี และมีความสัมพันธ์กับการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี ดังนั้นผูวิจัยเสนอให้ทำแหล่งการจำหน่ายลิตค้าเกษตรปลอดภัย ที่สะอาด มีมาตรฐานรับรอง เพราะกลุ่มลูกค้าที่ตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษ ได้รับแรงจูงใจด้านความสะอาด สถานที่จำหน่ายจึงจำเป็นต้องสะอาด และได้รับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าในอนาคต

2) ด้านความถี่ในการซื้อแรงจูงใจด้านความสะอาด แรงจูงใจด้านความปลอดภัยส่งผลในทิศทางบวกกับการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี และมีความสัมพันธ์กับการตัดลิตใจซื้อฝักปลอดสารพิษของผูบริ โภค ตำบลทะเลชุบศร อำเภอมืองลพบุรี ดังนั้น ผูวิจัยจึงเสนอให้มีการมาตรฐานรับรองลิตค้าเกษตรปลอดภัยเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าทั้งในด้านการสะอาด และ

ความปลอดภัย เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า โดยจะมีการซื้อเพิ่มมากขึ้นของลูกค้ารายเดิม และเป็นการสร้างลูกค้ารายใหม่ตามเทรนด์การรักสุขภาพในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความต้องการพักผ่อนสัพพัญญูของผู้บริโภคจากแหล่งอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เป็นต้น เพื่อให้ทราบปัจจัยที่กำหนดความต้องการของผู้บริโภค เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

2.2 ควรศึกษาด้านการผลิตพักผ่อนสัพพัญญู และการทำการตลาด เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรและผู้ประกอบการที่สนใจ สามารถศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจทำการเกษตรแบบปลอดสารพิษ

2.3 ควรศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ไม่นิยมบริโภคพักผ่อนสัพพัญญู เพื่อศึกษาข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่าเหตุใดจึงไม่บริโภคพักผ่อนสัพพัญญู เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการบริโภคพักผ่อนสัพพัญญู

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร (2538) สถิติการปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น ปี 2538 กรมส่งเสริมการเกษตร :กรุงเทพฯ.
- กรมวิชาการเกษตร.(2546). ข้าวและธัญพืชเมืองหนาวพันธุ์ดี 30 ปี กรมวิชาการเกษตร. ชุมชนสหกรณ์ การเกษตรแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ.
- กลุ่มส่งเสริมการประมงธุรกิจการค้า สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลพบุรี สำนักงานปลัดกระทรวง พาณิชย์. (2563) : กระทรวงพาณิชย์.
- เกศรา จันทร์จรัสสุข. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการในห้างเทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ข่าวสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 8 จังหวัดสุราษฎร์ธานี ฉบับที่ 70/2562 สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <http://oaezone.oae.go.th/view/17/index/TH-TH>.
- ข่าว TNEWS ONLINE Publish, 2017 สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <https://www.tnews.co.th/>.
- ข่าวประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2561 สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <https://www.prachachat.net/>.
- เจริญ เตชะเรืองอัมพร. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบ ADSL ของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ:มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- ณ กานดา ชาญเจริญ. (2558). การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการบุคลากรกรมการบินพลเรือน. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ถวัลย์วาทะพุดพิงศ์. (2540). แนวความคิด กระบวนการและโครงสร้างการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชนพร แดงขาว. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม :สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- ธัญพิชชา ชัยชนะ. (2551). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม :มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธัญพิชชา ชัยชนะ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษร้านโครงการหลวงในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรนุช ท่าเลทอง. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อผักปลอดสารพิษกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- นงนุช โกสีย์รัตน์. (2553). การศึกษาความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นภาเขต รักชื่อน. (2548). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ ใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ : วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- นิภาพร แสงจรัสวงษ์. (2548). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ ใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- บทความสหกรณ์กรีนเน็ต และมูลนิธิสายใยแผ่นดิน เกษตรอินทรีย์ , 2560 , สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <https://www.greennet.or.th/>
- บังอร สุขจันทร์. (2544). การรับรู้และความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ :มหาวิทยาลัยแม่โจ้/เชียงใหม่.
- บุญมี พันธุ์ไทย, 2557 ระเบียบวิธีวิจัยการศึกษาเบื้องต้น กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2557 พิมพ์ครั้งที่ 3.
- ประชุม รอดประเสริฐ. (2533). นโยบายและการวางแผน หลักการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์.
- ปิยรัตน์ นิ่มสกุล. (2539). ศึกษากรณีการยอมรับการนำผักปลอดสารพิษมาบริโภคของแม่บ้านในเขตคอนเมือง กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรทิพย์ ดีบศรี (2547) พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พัชรินทร์ สีहनันทวงศ์. (2546). พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิบูล ทีปะปาล.(2545). หลักการตลาดยุคใหม่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.
- พิรพงษ์ ดาราไทย. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการตัดสินใจของผู้บริหารกับประสิทธิผลโรงเรียนเอกชน สายสามัญศึกษา ในเขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิตชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เมฆ จันทน์ประยูร. (2541). ผักสวนครัว. พิมพ์ครั้งแรก. สำนักพิมพ์ไททรรศน์ : กรุงเทพฯ
- รัชดา สิริรักษาพงศ์. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภค และอุปสงค์ในการบริโภคผักของครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์/กรุงเทพฯ.

- วารารณ์ ศิริปิตุภูมิ. (2543). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดสารพิษ**. วิทยานิพนธ์ ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย :สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนคร
เหนือ.
- วารุณี จินศร. (2554). **ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**.
วิทยานิพนธ์ :มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วารุณี จินศร. (2554). **ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การ
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด :มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วุฒิสาร ฐิติพลธารง. (2543). **การศึกษาความคิดเห็นของแม่บ้านที่มีต่อผักปลอดสารพิษทางการตลาด**.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ :บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริเกษ มาลาวงศ์. (2552). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร
(Factors affecting consumer's purchasing decision towards pesticide free vegetables in Bangkok
metropolitan. ระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการสังคมและการจัดการระบบสุขภาพ :มหาวิทยาลัย
ศิลปกร.**
- ศิริพร สิงห์สุข. (2542). **การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัย
เกษมบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- พัชรินทร์ สีहनันทวงศ์. (2546). **พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ใน
กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ: วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, 2560 สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก
<https://www.greennet.or.th/>.
- สถาบันวิจัยเกษตรกรรมอินทรีย์ (The research institute of organic agriculture: FiBL) และสหพันธ์เกษตรอินทรีย์
นานาชาติ (international federation of organic agriculture movements: IFOAM) (2560). ข้อมูล
อิเล็กทรอนิกส์ . สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th/2014/04/17>.
- สหกรณ์กรีนเนท และมูลนิธิสายใยแผ่นดิน เกษตรอินทรีย์. 2560. ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ . สืบค้นจาก <https://www.greennet.or.th/> [16
เมษายน, 2563 จาก <https://www.greennet.or.th/>
- สันติ แสงเลิศไสว. (2549). **การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อพืชผักปลอดภัยตราดอยคำในเขต
กรุงเทพมหานคร วิธีจำลองทางเลือก** :มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด**: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพมหานคร.

- สุทมาศ จันทรถาวร. (2556). **ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุธาสินี เขียววิญญะ. (2548). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผักปลอดสารพิษตระกูลสลัดในระบบไอโอรโพร นิกส์ของผู้บริโภคที่ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต กรุงเทพมหานคร.** รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุพรรณณี แยมสี. (2545). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเขตจตุจักร.** วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุเมธ เดียววิเศษ. (2525). **เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชา บริหาร 412 พฤติกรรมของผู้บริหาร การศึกษา.** ชลบุรี. ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ ใน กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ :วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- เสรี วงษ์มณฑา.(2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ :ธีระฟิล์ม และไซ แท็กซ์ .
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>.
- พริยา สิริภัทรไพศาล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อ ผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เก็ต เขตกรุงเทพมหานคร :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมราลักษณ์ วาทหงส์. (2545). **การรับรู้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีผลต่อทัศนคติในการซื้อ สินค้าและบริการ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขา การตลาด : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- อรสา ดิสถาพร.(2549). “ผักไทยในรอบปีและทิศทางในอนาคต” เกษตรเกษตร.
- อริศรา รุ่งแสง. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาภาภรณ์ วัชนกุล. (2555). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์ พาณิซ อิเล็กทรอนิกส์ยอดนิยมของประเทศไทย .**ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ .
- อรุณี เอกพาณิซย์ถาวร, กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ(2554) และเอมอร ปฐมลิขิตกาญจน์ (2547) **ปัจจัยทางการตลาด และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ ในเขตกรุงเทพมหานคร.** ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อำพล นววงศ์เสถียร. (2557). **พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ ใน กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). Marketing, an introduction (9 th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Boström, Føllesdal, Klintman, Micheletti & Sørensen (2004) อ้างถึงใน เปรมฤดี ทองคำ, 2550,หน้า.49) สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <https://www.dspace.ac.th/>
- Ergin (2009) Determinants of Consumer Willingness to Pay for Organic Food in South Africa University of Pretoria, Faculty of Natural and Agricultural Sciences Department of agricultural Economics, Degree of MInst Agrar, Pretoria, South Africa
- Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J.(2007) Marketing. 14th ed.Boston Mc Graw –Hill
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J.. (2007). Marketing (14th ed.). Boston: McGraw-Hill/ Irwin.
- Griffiths, D.E. (1959). Administrative theory. New York, N.Y. : Appleton-Century Crofts.
- Kotler and Keller. (2009). (Maslow, quoted in Hawkins, Best and Coney. 1998:367)สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน
- Kotler, Philip.(2000). Marketing Management. The Millennium edition.New Jersey: Prentic – Hall
- Kotler,P. (1994). Marketing management : Analysis,planning,implementation, And control (8th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kuhar and Juvancic (2005) Modeling Consumer’s Preferences towards Organic and Integrated Fruits and Vegetables in Slovenia. Selected paper prepared for presentation at the 97rd EAAE Seminar “The economics and policy of diet and health” University of Reading April 21-22.
- Onkvisit and Shaw. 1994:42 International Marketing: Analysis and Strategy (3rd ed). New Jersey: Prentice-Hall.
- Onyango et al (2006) Purchasing Organic Food in U.S.Food in U.S. Food Systems: A Study of Attitudes and Practice AAEA Annual Meeting July 23-26
- Piyasiri and Ariyawardana (2002) Market Potentials and Willingness to Pay For Selected Organic Vegetables in Kandy Sri Lankan Journal of Agricultural Economics 4
- Robbins, S. P.(1996). Prentice Hall Organization Behavior : Concept, Controversies and Applications. (7 th ed.) Englewood Cliffs; NJ : Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazer. (1994). Consumer Behavior. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall. Inc.
- Simon, H. A. (1960). The New Science of Management Decision. New York: Harper & Row.
- Stolle, Hooghe, & Micheletti (2005) อ้างถึงใน เปรมฤดี ทองคำ, 2550,หน้า.49) สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 เมษายน, 2563 จาก <https://www.dspace.ac.th/>
- The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2018) ที่จัดพิมพ์โดยสถาบันวิจัยเกษตรอินทรีย์ (Research Institute of Organic Agriculture – FiBL) ในสวิสเซอร์แลนด์และ IFOAM – Organics International
- Tsakiridou et al.(2006) The Influence of Consumer Characteristics and Attitudes on The Demand for Organic olive oil .J Int Food Agrib Market 18(3/4) 23-31
- Yamane.(1967). Tara Statistic : An Introductory Analysis. New York: Harper&row.